

**Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Citra
Merek terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Jawa Pos Radar
Semarang di Kota Semarang**

RIZNA AMALIA PUTRI

(Pembimbing : Ida Farida, SE, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201303067@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, saluran distribusi dan citra merek terhadap keputusan pembelian surat kabar Jawa Pos Semarang di Kota Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Surat Kabar Jawa Pos Radar Semarang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Purposive Sampel. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden. Metode Pengumpulan data menggunakan kuisioner yang dibagikan kepada konsumen pembaca Surat Kabar Jawa Pos Radar Semarang di Kota Semarang dan teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa 1). Kualitas produk merupakan variabel terbesar dalam mempengaruhi keputusan pembelian Surat Kabar Jawa Pos Radar Semarang di Kota Semarang 2). Harga menjadi variabel kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian Surat Kabar Jawa Pos Radar Semarang 3). Citra merek merupakan variabel tertinggi ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian surat kabar Jawa Pos Radar Semarang di Kota Semarang 4). Saluran distribusi merupakan variabel terendah yang mempengaruhi keputusan pembelian Surat Kabar Jawa Pos Radar Semarang di Kota Semarang.

Kata Kunci : harga, kualitas produk, saluran distribusi, citra merek dan keputusan pembelian

The effect of Price, Product Quality, Distribution Channels and Brand Image on Purchasing Decisions of Jawa Pos Radar Semarang Newspaper in Semarang City

RIZNA AMALIA PUTRI

(Lecturer : Ida Farida, SE, MM)

Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 211201303067@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

The study aims to know the effect of price, product quality, distribution channel and brand image on purchasing decision of Jawa Pos Radar Semarang newspapers in Semarang City. The population this study was consumer of Jawa Pos Radar Semarang newspapers. Sampling techniques used purposive sampling. Sample in the study as many as 100 respondents. Methods of data collection using questionnaire that distributed to consumers of Jawa Pos Radar Semarang newspaper in Semarang City and analysis technique that used multiple linear regression.

The analysis data showed that 1). The product quality is the highest variable in affecting on purchasing decision of Jawa Pos Radar Semarang newspaper in Semarang City 2). The price is the second highest variable in affecting on purchasing decision of Jawa Pos Radar Semarang newspaper in Semarang City 3). The brand image is the third highest variable in affecting on purchasing decision of Jawa Pos Radar Semarang in Semarang City 4). The distribution channel is lowest variable in affecting on purchasing decision of Jawa Pos Radar Semarang in Semarang City.

Keyword : price, product quality, distribution channel, brand image and purchasing decision